

公司代码：600055

公司简称：万东医疗

北京万东医疗科技股份有限公司

2021 年年度报告摘要

第一节 重要提示

1 本年度报告摘要来自年度报告全文，为全面了解本公司的经营成果、财务状况及未来发展规划，投资者应当到 <http://www.sse.com.cn> 网站仔细阅读年度报告全文。

2 本公司董事会、监事会及董事、监事、高级管理人员保证年度报告内容的真实性、准确性、完整性，不存在虚假记载、误导性陈述或重大遗漏，并承担个别和连带的法律责任。

3 公司全体董事出席董事会会议。

4 立信会计师事务所(特殊普通合伙)为本公司出具了标准无保留意见的审计报告。

5 董事会决议通过的本报告期利润分配预案或公积金转增股本预案

2021年度利润分配预案为以公司最新总股本703,061,058股为基数，每10股派发现金股利1.00元（含税），合计派发现金红利70,306,105.80元。上述利润分配方案尚需提交股东大会审议通过。

第二节 公司基本情况

1 公司简介

公司股票简况				
股票种类	股票上市交易所	股票简称	股票代码	变更前股票简称
A股	上海证券交易所	万东医疗	600055	华润万东

联系人和联系方式	董事会秘书	证券事务代表
姓名	任志林	何一中
办公地址	北京市朝阳区酒仙桥东路9号院3号楼	北京市朝阳区酒仙桥东路9号院3号楼
电话	010-84569688	010-84569688
电子信箱	wdyL055@263.net.cn	wdyL055@263.net.cn

2 报告期公司主要业务简介

一、公司所处行业基本情况、发展阶段以及公司所处的行业地位情况

医学影像设备行业具备技术密集、资金密集、研发周期长、强监管等特点，长期以来进口产品占据国内市场主导地位，随着国内企业技术水平的不断提升，开始陆续加快进口替代的进程。近5年来，随着国家持续加大医院能力建设，行业整体处于快速增长阶段，国产DR产品销量占比超过70%，超导MRI、高排CT的国产占比分别提高到30%、20%。基层医院建设基本完成，县级医院成为未来建设重点，目标是实现“大病不出县”以及建成分级诊疗、远程诊疗系统，预计未来整体市场销售台数将有不同程度的下降，但随着产品结构调整和产品单价的提高，销售收入将维持在一定规模。为此，公司将加

快研制适应县级以上医院使用的高性能影像设备，调整市场结构和产品结构，提升市场竞争力。

2021年，在部分省市试点开展了大型医学影像设备集采工作，进口厂商参与了招标采购且部分产品中标，在品牌、产品功能、性能、价格、服务等方面与国内厂商展开了全面的竞争。预计未来大型医疗设备的集采模式将会在全国范围推广，国产厂家应加快技术和产品的升级转型，快速建立竞争优势。

二、法律、行政法规、部门规章、行业政策对所处行业的重大影响。

1、报告期内，《医疗器械监督管理条例》及配套规章、规范性文件、指导原则以及9706等系列标准的升版给企业带来的主要变化为：

1) 落实了“四个最严”及“放管服”改革要求，

强化日常管理，提高创新能力，重视上市后的监管，完善产品实现各阶段的质量监控、质量记录和质量追溯。

2) 加强了企业的主体责任要求

企业在产品注册时需要提交质量管理体系文件，要求注册既符合质量体系要求；第二类、第三类医疗器械产品注册时可以提交企业自检报告或委托检验报告。

3) 临床评价更贴合企业实际

企业根据适用范围、技术特征等选择恰当的临床评价路径，包括同品种临床评价路径和/或临床试验路径。万东应运用好同品种临床评价路径，节约时间及成本。

4) 9706等系列标准于2023. 5. 1日实施

学习并在企业内转化新版标准，在设计开发时考虑新版安全标准要求，在标准实施前提供符合标准要求的证据。

2、国务院办公厅2021年5月发布了关于推动公立医院高质量发展的意见，2021年9月，国家卫生健康委、国家中医药管理局发布了关于印发公立医院高质量发展促进行动（2021-2025年）的通知，国家卫健委印发《“千县工程”县医院综合能力提升工作方案（2021-2025年）》，明确了“千县工程”县医院综合能力提升工作的总体要求、重点任务、工作安排，力争通过5年努力，全国至少1000家县医院达到三级医院医疗服务能力水平，另外，允许有条件的乡镇中心卫生院、社区中心建设并提升为二级医院标准，为县域医疗提供支持，辅助区、县人民医院，实现90%大病不出县的目标。以上信息都反映了国内医疗机构的整体的建设方向，对于医疗机构资金投入、政策倾斜。

三、公司的主要业务及行业情况

公司主要从事放射类医学影像设备的研发、生产、销售和维护，主要产品包括普放

(DR、移动 DR、数字胃肠机、乳腺机)、DSA (血管介入治疗系统)、MRI (磁共振成像系统)、CT (计算机断层成像系统)、超声诊断仪器, 产品用于临床影像学检查和辅助疾病诊断、血管及肿瘤介入治疗。公司在全国建有销售办事处、售后服务网点, 同时建有经授权的销售渠道和售后服务站, 实现市场覆盖。

公司控股子公司万里云主要从事医学影像诊断服务业务, 主要服务业务包括远程影像诊断、第三方影像中心、SaaS 云服务、云胶片等, 在全国主要城市建有线上阅片中心、第三方影像中心, 已与国内 6000 家医院开展了平台业务合作。

根据中国医疗器械招标采购网公开资料, 2021 年, 国内影像设备市场同比整体下滑幅度较大。面对市场变化, 公司 DR、移动 DR、数字胃肠机等普放类产品销量保持了国内市场领先地位, DSA、超导 MRI、CT 等大型设备销量同比大幅增长, 公司总体营业收入较同期有所增长。

1、DR 产品线: DR 产品为公司第一支柱产品线, 公司凭借一贯坚持的自主研发的信念, 以最丰富的产品类型, 广泛覆盖的服务网络, 优秀的产品品质服务于国内外用户, 连续多年国内销量排名第一。看似与往年同样的业绩, 但实际公司 DR 产品在这一年中发生了巨大的变化, 万东已经从以往基层医院集中采购的中标大户, 转身成为国内高端 DR 产品的领先者。

公司研发出了新东方 X 系列的多款悬吊产品, 配置了目前全球最为领先的微焦点 X 射线管组件, 从成像根源上, 重新定义了图像清晰度, 保证了整幅图像的清晰度及均衡性。配置了自主研发的高清晰度的“百微”平板, 使图像目测清晰度提升 30%以上, 目前该技术, 处于全球领先水平; 全智能的机架应用, 已经完全可以和进口高端产品比肩, 使得进口 GPS 三家的进口产品在国内 DR 份额, 挤压至低于 10%。另外, 公司还从临床角度出发, 研发新东方 1000L 型系列全幅 DR, 针对目前高发的脊柱侧弯, 下肢关节炎等疾病, 无需拼接, 一次成像, 成功率 100%, 剂量仅为传统拼接剂量的三分之一。解决了传统拼接图像存在失败率, 过程繁琐等问题, 解决了 CT, MR 目前无法解决站立位成像等问题。

2021 年随着国内疫情持续性小规模性爆发及 2020 年 DR 的大量采购, 2021 年 DR 较前几年首次出现市场采购量下滑。公司凭借业界领先的产品质量及医院认可度, 在市场下滑的情况下, 继续领跑 DR 市场, 公立医院市场占有率达到 20%以上, 保持销量业界第一。随着 2021 年研发力度持续加大, 从产品结构, 硬件配置, 软件算法, 均得到了稳定明显提升。满足了从基层医院到三甲医院不同等级医院的临床需求。

2、MRI 产品线: 报告期内, 超导 1.5T (含 1.48T) 磁共振产品销量同比大幅增加,

增速排名行业前列。按销售台数统计口径，排名行业第五位，国产品牌第二位。但是无论销售台数还是销售金额，与行业头部品牌的差距仍然非常明显。市场占有率份额仍然很低。美的集团成为公司控股股东后，制定了产品三年发展规划，决定大幅增加研发投入，增加研发人员招聘力度，希望快速提升产品质量，缩小与行业头部品牌的差距。报告期内，发布了 i_Field 系列大孔径 1.5T、1.48T 产品共计 6 个型号，被众多用户所认可，特别是公立二级以上医院。该产品在全国排名前十的医院实现装机，是公司超导磁共振产品的突破。公司无液氦超导磁共振产品取得突破，预计在 2022 年上市销售，可能成为公司磁共振进入中高等级用户的重要产品。

永磁磁共振产品受国家宏观政策等因素的影响，成本大幅上涨，销量持续萎缩，竞争对手也面临相同的情况，整体永磁磁共振市场同比出现下滑。

3、DSA 产品线：公司继续推广介入整体解决方案，从设备，资金，人员，管理，运营等五大方面，全面帮助医院解决实际困难，助力医院在短时间内拥有自己的诊疗微创介入能力，将利国利民的介入医学的推广得以实现。2021 年成交医院数量持续翻倍，从科室建立起步，到可以独立运作，达到上千台的手术实践，使得基层的病人可以快速得到微创的救治，医生的诊疗技术得到提升，相关科室得到了发展，医院影响力得以提升，最终改善医院的收入结构及收入水平。

随着微创的发展，国家 2021 年印发“千县工程”县医院综合能力提升工作方案，到 2025 年，全国至少 1000 家县医院达到三级医院医疗服务能力水平，发挥县域医疗中心作用，医院均需成立微创介入等五大中心。随着政策推广及医院及人们对微创介入认知的深入，越来越多的医院开始采购第一台 DSA 或者继续采购第二台，第三台设备。并尤其倾向于 30 年持续 DSA 产品研发的万东。公司为了满足不同类型用户的需求，产品能够适应不同复杂程度的手术，特别推出了多款产品及应用，包括：业界首台单端接地 AEG 管球 DSA，大热容量及散热率满足医院全天候使用需求；基于 AI 的医用血管造影 X 射线机系统研发，从辐射剂量，碰撞保护，血管分析，3D 成像 4 大方面出发，提升术中安全性，高效性。

4、数字胃肠产品线：公司针对胃肠检查量通过造影检查的科普增多，医院对胃肠机的需求逐渐回暖，公司通过对动态平板不断进行研发升级，设计研发动态平板胃肠系统的高端应用，成为目前国内 DRF 产品种类最为齐全的企业，连续多年销量位于国内市场第一，已经超过进口第一品牌岛津，成为名副其实的国内胃肠第一品牌。

公司深度挖掘 DRF 的临床应用场景，增加了外周血管造影检查、泌尿系统造影检查、ERCP 造影检查、低剂量动态透视技术，窄缝拼接技术，TOMO 断层图像融合技术，虚拟限

束器等功能，拓展了 DRF 在临床的应用范围，并研发生产专业辅助部件，帮助医生在更低剂量下轻松完成临床检查。

研发全新产品 DRF-7，DRF-7 系列，采用国产动态平板，既可以实现数字动态胃肠，又可以进行 DR 拍片，多功能于一体，动静切换，并研发 DSA 及断层等高端应用，广泛适用于大型综合医院，通过实时动态观察诊断，是消化内外科，妇科，肛肠科，儿科等多种科室必不可少的设备，同时又能通过拍片功能，分担科室 DR 工作量，成为大型医院胃肠升级的热门产品。

5、CT 产品线：报告期内，CT 产品线逐渐走向成熟，今后将会成为公司销售业绩的重要增长点。美的集团成为公司控股股东后，制定了产品三年发展规划，CT 与 MR、DSA 成为未来公司产品发展及业绩贡献的三条重要产线，在报告期内，重点实现基础型产品的多样化：

1) 在原有凌云产品基础上，3.5M 的凌霄产品顺利获证，并且产品各项核心参数、性能、图像质量进行全面升级，使产品在竞争中更具竞争力。

2) 在 CT 产品研发中，最能体现企业核心竞争力的探测器的研发获得重要进展，32 排 32 层，最薄层厚 0.5mm 的探测器研发成功，并应用于产品中，提交了全新探测器的 CT 产品的注册，在 2022 年一季度获证。

3) 在硬件不断的提升的基础上，报告期内启动了目前在行业内极具先进性的双域迭代算法的开发，这一重要算法的研发，能够在为用户提供更为优质的图像的同时，降低 50%-70% 的 X 射线的使用剂量，是 CT 产品各大知名品牌追究的重要目标。

根据 2015 年-2020 年的国内 CT 销量的数据情况，40 排以下的基础型 CT 产品占 CT 销售总量约 67%。近年，更为大量的基层医院在医改的大环境中，不断进行医疗能力的提升，其中最重要的设备升级既是 CT 产品的配置，万东拥有着国内广泛的基层用户，在基础类型产品中实现多样化、阶梯状产品组合，能够大大满足国内不同区域、不同消费能力的用户需求，帮助 CT 这类全身型检查设备能够更快的普及到乡镇、社区，以及基层民营医院，未来两年业绩将不可限量。

公司整体销售方向向二、三级医院转型的同时，CT 源于自主研发、76CM 大孔径等设计，在高等级医院中，开始在 CT 介入专用手术室、放疗定位 CT、方舱 CT、车载 CT 等方向进行 CT 产品专用解决方案的推广，取得一定的成绩，并得到用户的一致好评。

四、公司主要经营模式

1、采购模式：公司生产或研发部门提出需求计划，采购部门根据预测、计划及库存情况制定采购计划，选择相应的供应商下单并签订采购合同。公司对原材料采购建立了

严格的质量管理体系，并据此制定了完善的供应商管理体系。公司产品涉及原材料品类较多，采购方式主要分为标准件采购、定制件采购及外协加工采购。其中大部分都与公司存在长期合作关系。

2、生产模式：公司的生产模式是以市场为主导、以客户需求为依托的以销定产模式。公司根据市场需求的变化并结合公司的销售目标，营销系统定期制定销售预测。具体生产安排上，中长期依据营销系统提供的滚动销售预测数据制定生产计划，公司部分零部件直接对外采购，部分定制件根据公司设计图纸委外加工，部分关键部件采用自主生产。

3、销售模式：公司的销售模式主要包括直销和经销两种模式。为提升市场覆盖率，快速推动公司产品拓展更为广阔的市场，公司目前采用经销和直销相结合的销售模式，在加强公司自有销售团队的专业化队伍建设的同时，快速发展有较强区域销售能力的专业代理商和渠道，提升公司的产品覆盖范围、提高客户满意度，进而提升公司整体的市场影响力和销售规模。

3 公司主要会计数据和财务指标

3.1 近 3 年的主要会计数据和财务指标

单位：元 币种：人民币

	2021年	2020年	本年比上年增减(%)	2019年
总资产	2,875,979,734.33	2,859,758,301.07	0.57	2,566,264,840.71
归属于上市公司股东的净资产	2,396,012,169.64	2,282,816,377.57	4.96	2,089,004,614.95
营业收入	1,156,174,686.02	1,131,904,792.40	2.14	982,372,019.19
归属于上市公司股东的净利润	183,193,054.55	220,667,405.92	-16.98	168,884,369.26
归属于上市公司股东的扣除非经常性损益的净利润	159,634,050.73	225,501,400.99	-29.21	148,115,104.48
经营活动产生的现金流量净额	89,723,684.83	520,025,424.07	-82.75	94,784,204.64
加权平均净资产收益率(%)	7.81	10.09	减少2.28个百分点	8.42
基本每股收益(元/股)	0.342	0.412	-16.99	0.313
稀释每股收益(元/股)	0.342	0.412	-16.99	0.313

3.2 报告期分季度的主要会计数据

单位：元 币种：人民币

	第一季度 (1-3月份)	第二季度 (4-6月份)	第三季度 (7-9月份)	第四季度 (10-12月份)
营业收入	240,002,745.49	254,826,055.30	305,873,692.79	355,472,192.44
归属于上市公司股东的净利润	48,996,742.62	34,213,593.01	37,101,697.79	62,881,021.13

归属于上市公司股东的扣除非经常性损益后的净利润	46,518,319.28	26,337,462.47	36,549,591.68	50,228,677.30
经营活动产生的现金流量净额	-41,095,004.95	25,368,142.02	71,540,570.45	33,909,977.31

季度数据与已披露定期报告数据差异说明

适用 不适用

4 股东情况

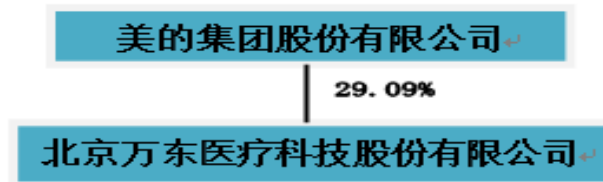
4.1 报告期末及年报披露前一个月末的普通股股东总数、表决权恢复的优先股股东总数和持有特别表决权股份的股东总数及前 10 名股东情况

单位：股

截至报告期末普通股股东总数（户）					29,810		
年度报告披露日前上一月末的普通股股东总数（户）					35,132		
截至报告期末表决权恢复的优先股股东总数（户）					0		
年度报告披露日前上一月末表决权恢复的优先股股东总数（户）					0		
前 10 名股东持股情况							
股东名称 （全称）	报告期内增减	期末持股数量	比例 （%）	持有有限 售条件的 股份数量	质押、标记 或冻结情况		股东 性质
					股份 状态	数量	
美的集团股份有 限公司	157,335,122	157,335,122	29.09	0	无		境内非国有 法人
江苏鱼跃科技发 展有限公司	-126,478,290	18,031,825	3.33	0	无		境内非国有 法人
赵家礼	13,990,000	13,990,000	2.59	0	未知		境内自然人
上海云锋新创股权 投资中心（有限合 伙）		12,720,044	2.35	0	未知		其他
俞熔	-60,534,857	8,000,000	1.48	0	未知		境内自然人
吴庆	5,409,500	5,409,500	1.00	0	未知		境内自然人
束美珍	-942,700	5,028,285	0.93	0	未知		境内自然人
侯志平	4,380,000	4,380,000	0.81	0	未知		境内自然人
姜永新	3,201,300	3,201,300	0.59	0	未知		境内自然人
丁腊梅		3,038,000	0.56	0	未知		境内自然人
上述股东关联关系或一致行动的说明	公司未有资料显示以上股东之间存在关联关系或属于《上市公司收购管理办法》中规定的一致行动人。						
表决权恢复的优先股股东及持股数量的说明	不适用						

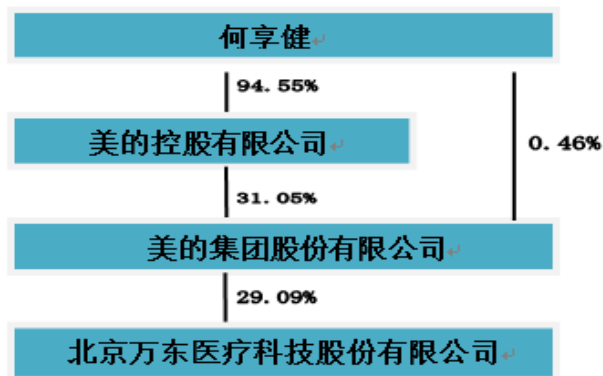
4.2 公司与控股股东之间的产权及控制关系的方框图

适用 不适用



4.3 公司与实际控制人之间的产权及控制关系的方框图

适用 不适用



4.4 报告期末公司优先股股东总数及前 10 名股东情况

适用 不适用

5 公司债券情况

适用 不适用

第三节 重要事项

1 公司应当根据重要性原则，披露报告期内公司经营情况的重大变化，以及报告期内发生的对公司经营情况有重大影响和预计未来会有重大影响的事项。

2021 年公司实现营业收入 11.56 亿元，同比增长 2.14%；归属母公司的净利润 1.83 亿元，同比减少 16.98%。报告期内公司 DR 产品实现销售 1,463 台，同比减少 18.72%；移动 DR，实现销售 319 台，同比减少 61.57%；DSA 实现销售 63 台，同比增长 600%；MRI 实现销售 125 台，同比增长 119.30%；CT 实现销售 23 台，同比持平。

普放产品销量下降的主要原因在于受 2020 年疫情期间各地采购量激增，2021 年市场报复性下滑。永磁 MRI 由于磁材价格持续上涨，大幅推高永磁 MRI 整机成本。

2 公司年度报告披露后存在退市风险警示或终止上市情形的，应当披露导致退市风险警示或终止上市情形的原因。

适用 不适用